

Le zoom du mois n°11 : l'offensive de U sur Bien Vu

Ce mois-ci un zoom consacré à l'opération commerciale de Système U sur sa marque premier prix Bien Vu.



Un catalogue exclusivement consacré à la marque premier prix est rare, car souvent les marges sont très faibles. Pourtant, c'est un excellent moyen de relayer la campagne TV et surtout de contrer les hard discounters.

Le catalogue comprend 70 produits et propose bien sûr des produits à faible valeur faciale 1,12€ pour l'alimentaire contre 3,64€ habituellement.

Les avantages : contrer le hard discount, mais aussi Carrefour et utiliser le prétexte du "relooking" de Bien Vu pour montrer que le packaging attractif sur les premiers prix n'est pas une démarche réservée à Carrefour Discount.

Inconvénients : une opération qui tire (sans doute) le panier moyen vers le bas et qui installe...une fois de plus le hard discount comme référent prix.

Rubrique réalisée en partenariat avec Le Site Marketing, source : Flash Actualités

